

# eroica, normale medietà del mondo di Lego

**The Lego Movie** | *Il primo film ispirato ai mattoncini colorati danesi parla ai bambini, ma soprattutto agli adulti, con un nuovo eroe contemporaneo*

ALESSANDRA DI PIETRO

■ Da oggi in poi nessuno potrà mettere l'uomo medio in un angolo senza fare i conti con *The Lego Movie*, - il primo film in 3D ispirato dai mattoncini colorati e da loro interamente composto - che ci ha costruito il nuovo eroe contemporaneo, gentile, modesto e decisamente quadrato. Campione di incassi lo scorso week end in Gran Bretagna, un pieno di recensioni positive in America, *The Lego Movie* affronta l'Italia in 480 copie e a decretarne il

**Emmet, il protagonista, è un supereroe che vince seguendo le istruzioni e mettendosi sullo stesso piano di tutti gli altri**

successo saranno i bambini ma soprattutto i genitori poiché chi ha passato l'infanzia sdraiato sul pavimento a costruire astronavi rimane un feticista dei pezzi ad incastro per sempre. Così questo weekend sapete che cosa fare: accompagnare i figli al cinema per godervi insieme 100 minuti di cinema veloce (a volte persino troppo) che diverte, esalta e fa riflettere.

*The Lego Movie* è infatti un film strettamente politico, persino sovversivo secondo *The Guardian*, che lo ha definito l'Occupy dei film d'animazione poiché dice con chiarezza: è Ok, anzi è persino eccitante, pensare che questa società può essere ricostruita in un altro modo.

Esagerato? Forse. Però *The Lego Movie* trasmette un messaggio umano e confortevole: diffidate da chi vuole fissarvi al vostro posto mediamente scomodo e stressante, altri mondi migliori sono a portata di mano. Stavolta non li costruiranno gli apocalittici ma i semplici integrati: l'uomo medio, colui che è



THE LEGO MOVIE Un fotogramma dal film in uscita in questi giorni

WARNER BROS. PICTURES

stato la base più o meno consapevole del sistema, è l'unico eroe possibile.

E infatti senza stare a raccontare la trama, questa è la storia. Emmet, operaio modello, è felice di avere istruzioni e di seguire le regole, vestire come tutti e pagare il caffè una cifra stratosferica, onorato di abbattere ogni palazzo stravagante per costruirne uno uguale a tutti gli altri. Bastano però un inciampo (cadere in una buca), un incontro (la coraggiosa e bella Wildstyle), un equivoco (essere scambiato per il salvatore del mondo), per aprirgli gli occhi e farlo diventare una per-

sona speciale.

Attenzione però: è come l'avete già visto. Emmet è l'eroe paritario e democratico, che vince seguendo le istruzioni e mettendosi sullo stesso piano degli altri, lasciando il voler fare di testa propria al borioso seppur bonario Batman. Il turning point della storia avviene quando tutti cominciano a lavorare insieme e il risultato finale è più della somma dei singoli fattori: «Tutto è meraviglioso, tutto è fantastico, quando si fa parte di una squadra». Così si vince dentro un sistema dove l'artista ego riferito ci ha provato e, per carità, meritevole, ma alla fine vie-

ne fatto prigioniero e ci serve a ben poco.

Emmet racconta la differenza tra un esercito e un team, un mondo dove sei comandato oppure hai il posto di copilota, la versatilità di fare Rete (tutti gli omini lego hanno ganci al posto delle mani) contro la rigidità dell'ordine verticale, il bello di contare tutti allo stesso modo, il desiderio di essere come tutti e tutti sono esattamente come desiderano essere. Essendo poi un film per bambini, certi messaggi sono davvero semplificati. Per dire: l'uomo cattivo si chiama Lord Business, ha

**È un film contro l'individualismo e l'ordine costituito, con una spinta rivoluzionaria corretta dall'ironia e dal marketing**

la faccia cattiva, comanda masse di poliziotti servili, ma alla fine neanche lui sarà abbandonato.

Dunque sì, *The Lego Movie* è sì un film contro l'individualismo e l'ordine costituito, ma a salvarlo dal diventare un polpettone più politicamente corretto di quello che vuole criticare è l'ironia. Che per i bambini è vedere un fantasma appeso ad un filo dentro un'animazione 3D di ultima generazione, per gli adulti è il rave coloratissimo dove tutti sono allegri, affettuosi e gentili e infatti dureranno ben poco. Fa ridere e fa bene al cuore. Ed è pur sempre un film commerciale, l'investimento esorbitante della Lego che più che mai ha bisogno di incrementare le sue vendite e stare al passo dei device elettronici.

Però siccome di mattoncini colorati e imperituri stiamo parlando, un classico gioco che si passa in eredità a fratelli, sorelle, cugini e amichetti, meglio accompagnarli con l'augurio di essere pronto a fare e disfare per rinnovare.

## il presidente redento dall'operaio Emmet

MARIUCCIA CIOTTA

■ Il passato si salda con il presente per nuove star-up creative, mattoncini di plastica più pixel, gioco lento e iperbole digitale, in bilico tra il paese di Amleto a quello di Steve Jobs. *The Lego Movie*, il film d'animazione digitale targato Warner Bros ha sbancato nella prima settimana nelle sale il box-office americano e riunito in sala almeno tre generazioni, fans del marchio danese che ha insegnato a "rompere" i giocattoli e a ricostruirli secondo fantasia.

Quella che manca al protagonista Emmet, operaio edile ligio al kit di istruzioni, ubbidiente al Presidente Business, il tiranno della città di Bricksburg che ordina la distruzione di ogni edificio "strano", non conforme ai prefabbricati a schiera, tutti uguali come nei suburbs americani.

Sono 3 milioni e 863.484 mila gli elementi assemblati per comporre il mondo Lego, e i due registi, Phil Lord e Christopher Miller (*Piovono polpette*) li sparano in 3D con un effetto che produce un vortice ipercinetico alternato a dei movimenti in stop-motion, un bombardamento di oggetti mutanti, bambolotti dal sorriso dipinto a mano, tempeste d'acqua composta di palline azzurre, attrezzi domestici riciclati in astronavi galattiche.

Il mix è da capogiro e assembla non solo mattoncini ma gran parte dell'immaginario hollywoodiano, da *Batman* a *Wonder Woman*, da *Robin Hood* a *Guerre stellari* fino alla serie *Transformers*, ognuno "re" di un territorio mitico che rimanda ai generi cinematografici.

Ora siamo in un noir con Poliduro/Politenero, il poliziotto dalla doppia faccia rotante, il cattivo e il buono, e subito dopo nel western di John Ford o nell'universo magico di Harry Potter con il maestro barbuto Albus Silente per finire nel Far East di Hello Kitty, la zuccherosa gattina giapponese.

Con i Lego tutto è possibile, e ognuno, per quanto "normale", può aspirare al ruolo di Mastro Costruttore e diventare "speciale", anzi "pezzo forte", il predestinato della profezia, quello che salverà il diritto alla metamorfosi. Emmet, fiancheggiato dalla punk Wylstyle, si convincerà d'essere l'eroe in grado di sconfiggere il cattivo che minaccia la città con un'arma segreta chiamata Kragle, una viscosa materia che incollerà persone e cose nell'immobilità mortale.

Tutto bene. Ma. Dove nasce la creatività? Non certo sul mainstream, nel compromesso tra forme d'arte e forme mentali, semmai dal conflitto che *The Lego Movie* stempera, oltre che nella tecnica, in un happy end dove l'operaio Emmet redime il Presidente Business, che sono entrambi avatar di due personaggi in carne e ossa, il padre (Will Farrell) e il figlio. La pace regnerà a Bricksburg e nel mondo reale solo quando il caos sarà regolamentato, perché solo il patto tra il massimo profitto e l'innovazione libera porterà sviluppo. Questa sì è una favola.

## la doppia ascesa dei piccoli mattoncini

CARLOTTA SERAFINI

■ Tutti li conoscono e in tanti ci hanno giocato, oggi come ieri. Ma per i mattoncini colorati più famosi del mondo non è sempre stato tutto rosa e fiori.

Di sicuro l'inizio fu fortunato. Tutto comincia nel 1932, quando il danese Ole Kirk Christiansen decide di dedicarsi alla pro-

duzione di giocattoli in legno e fonda la Lego (sigla che unisce i termini danesi leg godt, "gioca bene"). Il successo è modesto, niente di straordinario. Però Ole è sì falegname, ma anche visionario attento all'innovazione, tanto che nel 1946 la sua azienda è la prima, in Danimarca, a procurarsi un macchinario per lo stampaggio a iniezione di materie plastiche. Nascono così i primi mattoncini, che non sono però ancora perfetti. Ma nel 1958 il figlio Godtfred trova la ricetta per l'incastro perfetto.

L'intuizione fortunata del "sistema di gioco", in cui ogni pezzo si incastra agli altri, funziona e il successo, quello vero, finalmente arriva. Se gli anni '60 e '70 vanno alla grande, quelli che seguo-

no vanno ancora meglio: per 15 anni l'azienda raddoppia ogni 5, passando dai 142 milioni di dollari del 1978 agli oltre 1,2 miliardi del 1993.

Poi, solo 10 anni dopo, tutto sembra crollare. Nel 2003 la Lego ha un deficit di 188 milioni di euro, che si allarga l'anno seguente. Cosa è successo? L'entusiasmo ha portato all'innovazione sfrenata e, nel tempo, si è perso il contatto con il target di riferimento: i bambini. Si prova allora a tentare di ricostruire il castello, mattoncino dopo mattoncino, ma i prodotti che vengono sviluppati sono ancora troppo lontani dall'originale, tanto che alcuni non prevedono alcuna costruzione. E se i giocattoli vanno male, il programma televisivo

pensato per riagganciare i bimbi va, se possibile, ancora peggio. Certo, momenti di respiro ci sono, ma sono dovuti alla fortuna di serie come Star Wars Lego ed Harry Potter Lego, però troppo legate alle uscite dei film per poter funzionare nel tempo.

Per evitare la fine si fa allora una nuova inversione di rotta, o meglio, si torna sui propri passi. Ed è così che Lego esce dalla crisi: punta di nuovo tutto sul "sistema di gioco", producendo pochi pezzi e monitorando lo slancio creativo. Ovvero, continua a sperimentare, ma cercando di trovare il giusto equilibrio tra innovazione indisciplinata e un eccessivo controllo della creatività. E molto si punta anche sul marketing (la campagna a soste-

gno di Lego Friends è costata 40 milioni di dollari).

Tra le innovazioni di successo, ci sono sicuramente la linea Architettura, che permette di riprodurre con i mattoncini celebri edifici, e la app per smartphone Life of George. Poi c'è Cuusoo, l'iniziativa di crowdsourcing che invita gli appassionati a proporre le proprie idee: se il progetto ottiene almeno 10 mila voti la sua produzione viene presa in considerazione e se viene realizzato il suo creatore partecipa agli utili con una quota dell'1% sul fatturato netto (cosa che è successa per Lego Minicraft Micro World). La Lego, ora, è un'ottantenne che scoppia di salute: nel 2011 vantava un utile di 760 milioni di euro.